

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра "Менеджмент, маркетинг и реклама"

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«20» января 2021 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

Формы обучения: очная, заочная

год набора: 2020

Тамбов, 2021

Автор-составитель:

Кандидат экономических наук, доцент Гладышева Алла Викторовна

Программа государственной итоговой аттестации составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Программа согласована с представителями работодателей:

1. Чарыкова Елена Александровна - начальник отдела пресс-службы Администрация г.Уварово Тамбовской области
2. Ефремова Елена Юрьевна - директор, Агентство маркетинговых коммуникаций SmartBrief (ИП Ефремова)
3. Рудой Леонид Маркусович - директор, ООО "ИНФО-Ю"
4. Краснослободцев Алексей Александрович - руководитель группы рекламы департамента маркетинга , ПАО "Пигмент"
5. Плужников Юрий Владимирович - генеральный директор, АО «Завод подшипников скольжения»

Программа ГИА принята на заседании Кафедры "Менеджмент, маркетинг и реклама" «11» января 2021 г. Протокол № 5

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
2. Программа государственного экзамена.....	7
3. Выпускная квалификационная работа.....	7
4. Проведение государственной итоговой аттестации лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	10
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственной итоговой аттестации.....	12
6. Материально-техническое и программное обеспечение государственной итоговой аттестации.....	13

1 Общие положения

1.1 Цели государственной итоговой аттестации, виды аттестационных испытаний выпускников направления подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Блок БЗ Государственная итоговая аттестация относится к базовой части ОП ВО.

Государственная итоговая аттестация проводится в целях определения результатов освоения обучающимися основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Государственная итоговая аттестация выпускников ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина" по образовательной программе ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью включает:

- Подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Вид выпускной квалификационной работы – Бакалаврская работа.

Взаимодействие преподавателя и студента во время прохождения последним государственной итоговой аттестации, в том числе во время подготовки к процедуре защиты ВКР осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.

1.2 Типы задач профессиональной деятельности выпускников

- авторский
- маркетинговый

1.3 Область(и) профессиональной деятельности и сфера(ы) профессиональной деятельности выпускников, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность

Об Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 Компетенции, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими компетенциями:

Код компетенции	Содержание компетенции	Подготовка и защита ВКР
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	+
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	+
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	+
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	+
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	+
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в	+
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и	+
УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных	+

ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	+
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	+
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	+
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	+
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	+
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	+
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	+
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	+
ПК-2	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	+

1.5 Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью предполагает, что выпускник должен:

знать:

- ☐ Стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия
- ☐ Историю России в контексте мирового исторического развития
- ☐ Здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма
- ☐ Факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений)
- ☐ Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и использует эти знания при создании медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.
- ☐ Современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
- ☐ Виды маркетинговых коммуникаций при проведении рекламных кампаний
- ☐ Методики создания рекламных материалов, используемых в сфере внешних и внутренних коммуникаций рекламных и PR-агентств или специализированных отделов предприятий

уметь:

- ☐ Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
- ☐ Анализирует основные принципы и методы современного естествознания, представляет систему естествознания в непрерывном развитии и преодолении неопределенностей и противоречий
- ☐ Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта
- ☐ Осуществляет коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия и повседневного и делового общения в профессиональной деятельности
- ☐ Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
- ☐ Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
- ☐ Организует и проводит социологические исследования; формирует и аргументировано отстаивает собственную позицию по различным политическим проблемам, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов
- ☐ Планирует и организует коммуникационные кампании и мероприятия, учитывая достижения отечественной и мировой культуры
- ☐ Проводит оценку политических рекламных и ПР кампаний и исходя из политических норм регулирования выбирает приемы ПР в политической рекламе
- ☐ Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
- ☐ Анализирует принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
- ☐ Использует в своей профессиональной деятельности психологические приемы и техники, применяемые в рекламе и связях с общественностью
- ☐ Анализирует мотивы, потребности, массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации
- ☐ Разрабатывает информационно-коммуникативную стратегию и готовит проектную документацию для государственного контракта в сфере связей с общественностью
- ☐ Осуществляет исследовательскую и аналитическую работу, систематизацию полученных данных, подготовку собственного рекламного или ПР-проекта по результатам исследований, подготовку публикаций в научных и отраслевых СМИ
- ☐ Анализирует основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

владеть:

- ☐ Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата
- ☐ . В рамках поставленных задач определяет имеющиеся материальные ресурсы и анализирует необходимые затраты
- ☐ Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
- ☐ Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный
- ☐ Определяет задачи саморазвития, цели и приоритеты профессионального роста; распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения
- ☐ Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения
- ☐ Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
- ☐ Анализирует проблемы формирования общественного мнения и применяет инструменты и механизмы его формирования
- ☐ Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /групп общественности, учитывая основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью
- ☐ Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
- ☐ Применяет инструменты трансляции миссии, философии организации и этических норм для целевых групп общественности в оффлайн и онлайн среде
- ☐ . Анализирует тексты рекламы и связей с общественностью, используемые в рекламных и PR-агентствах или специализированных отделах предприятий
- ☐ Разрабатывает рекомендации и вносит предложения по организации выпуска рекламных видеороликов, наружной рекламы, листовок, в том числе рекламы в компьютерной сети
- ☐ Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
- ☐ Осуществляет проектную деятельность в области разработки и реализации проектов по формированию положительного образа территории, а также рекламы и связей с общественностью

1.6 Порядок проведения государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация проводится согласно Положению о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина".

2 Программа государственного экзамена

Не предусмотрено учебным планом

3. Выпускная квалификационная работа

3.1 Рекомендации обучающимся по подготовке к написанию и защите выпускной квалификационной работы

Подготовка и защита ВКР	Код компетенции
-------------------------	-----------------

Выбор темы исследования	УК-1 УК-2
Подготовка теоретической части ВКР	УК-4 УК-5 УК-6 УК-7
Подготовка рекомендательной части ВКР	УК-8 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-2
Подготовка доклада по ВКР	УК-3 УК-4 УК-6
Ответы на вопросы по ВКР	УК-3 ОПК-5 ОПК-6

3.2 Примерные темы выпускной квалификационной работы

Процедура выбора и утверждения тем ВКР, порядок назначения научных руководителей закреплены в Положении о выпускной квалификационной работе обучающихся по программам магистратуры и Положении о выпускной квалификационной работе, обучающихся по программам высшего образования (программам бакалавриата, программам специалитета) ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина".

Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ.

2. Информационная открытость органов государственной власти: региональный опыт.
3. Совершенствование инструментов рекламной коммуникации в месте продаж различного торгового предприятия.
4. Совершенствование управления и организации выставочной деятельности как специального мероприятия PR.
5. Контент-маркетинг как инструмент продвижения в сети Интернет
6. Специфика событийного продвижения региона.
7. Формирование имиджа компании PR средствами.
8. Совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в коммерческой сфере.
9. Диалоговые интерфейсы в продвижении товаров и услуг.
10. Семиотические аспекты формирования рекламного продукта.
11. Разработка рекламной кампании с использованием Интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
12. Разработка программы интегрированных коммуникаций для предприятия с использованием социальных сетей (на примере конкретного субъекта)
13. Организация и анализ форм рекламной деятельности предприятия посредством видеоблогинга в Интернет на примере YouTube (на примере конкретного субъекта)
14. Разработка программы продвижения товаров с использованием интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
15. Разработка стратегии рекламной деятельности организации с использованием современных технологий продвижения в социальных медиа (на примере конкретного субъекта)
16. Разработка рекламной кампании при выводе товара/услуги на рынок B2B (на примере конкретного субъекта)
17. Разработка программы повышения эффективности коммуникационной активности производственного предприятия (рынок B2B) (на примере конкретного субъекта)
18. Совершенствование рекламной деятельности предприятия при использовании Интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
19. Социальные медиа как механизм построения коммуникации в современном обществе (на примере конкретного субъекта)
20. Построение коммуникации с потребителем посредством социальных медиа (на примере конкретного субъекта)
21. Разработка плана коммуникационной кампании в сети Интернет (на примере конкретного субъекта)
22. Особенности создания и размещения нативных (естественных) коммуникаций в Интернет-пространстве
23. Особенности управления репутацией в интернете (на конкретном примере)
24. Специфика продвижения коммуникационного агентства в социальных медиа.
25. Анализ принципов СММ-продвижение продуктов и услуг (на конкретном
26. примере).
27. Влияние digitalcommunications на рекламу и связи с общественностью.
28. Повышение эффективности рекламной кампании с помощью digital-коммуникаций (на примере конкретного субъекта).
29. Рекламные и PR-коммуникации в сфере высоких технологий (на конкретном
30. примере).
31. Интернет-реклама как средство продвижения товаров и услуг.
32. SMM как способ продвижения товаров и услуг
33. SMM-технологии рекламного и PR-продвижения компаний (на примере ...)
34. Инструменты продвижения компании в социальной сети «ВКонтакте»
35. Технологии визуализации в социальной сети «Инстаграм»
36. Приемы и методы связей с общественностью в Интернете.
37. Блог – новая форма связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении: достоинства и недостатки.
38. Блог – новая форма связей с общественностью в коммерческом предприятии: достоинства и недостатки.
39. Социальные сети и их коммуникативный потенциал.
40. Стратегии и тактики организации рекламной деятельности и
41. продвижения продукции предприятий в социальных сетях.
42. С

3.3. Руководство и консультирование выпускной квалификационной работой

Обязанности руководителя выпускной квалификационной работы закреплены Положением о выпускной квалификационной работе обучающихся по программам магистратуры и Положением о выпускной квалификационной работе, обучающихся по программам высшего образования (программам бакалавриата, программам специалитета) ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина".

3.4 Требования к объему, структуре и оформлению выпускной квалификационной работы

Работа представляет собой самостоятельное научное исследование, выполненное по теме, актуальной для современной науки. Основные научные результаты, полученные автором работы, подлежат обязательной апробации путем публикации в научных печатных изданиях, изложенных в докладах на научных конференциях, симпозиумах, семинарах.

Выпускная квалификационная работа содержит обоснование выбора темы исследования, обзор опубликованной литературы по данной теме, изложение полученных результатов экспериментального исследования, выводы и предложения.

Работа сопровождается иллюстрированным материалом, списком литературных источников, включая работы зарубежных и отечественных исследователей последних лет, методическими материалами.

Во время процедуры защиты работ студентом используется мультимедийная и другая техника.

Выпускная квалификационная работа позволяет выявить уровень профессиональной эрудиции выпускника, его методическую подготовленность, владение умениями и навыками профессиональной деятельности; показывает умение кратко, логично и аргументировано излагать материал, оценивать свой вклад в решение проблемы; владение методами математического анализа, что подтверждает достоверность и обоснованность выводов, полученных по результатам исследования.

При экспертизе выпускных квалификационных работ привлекаются внешние рецензенты из числа ведущих специалистов государственных и коммерческих структур, ученые и преподаватели других вузов.

Основные требования по объему, структуре и оформлению выпускной квалификационной работы определены в соответствующих Положениях ТГУ им. Г.Р. Державина.

3.5 Порядок проведения защиты выпускной квалификационной работы

Защита выпускной квалификационной работы проводится в соответствии с утвержденным графиком проведения государственных аттестационных испытаний на заседании экзаменационной комиссии по направлению подготовки.

Защита начинается с доклада студента по теме диссертации. На доклад по бакалаврской работе отводится до 10 минут. Студент должен излагать основное содержание своей выпускной квалификационной работы свободно. В процессе доклада может использоваться компьютерная презентация работы, подготовленный наглядный графический (таблицы, схемы) или иной материал, иллюстрирующий основные положения работы.

После завершения доклада члены ГЭК задают студенту вопросы как непосредственно связанные с темой выпускной квалификационной работы, так и непосредственно к ней не относящиеся. При ответах на вопросы студент имеет право пользоваться своей работой.

При защите работы необходимо наличие рецензии.

После окончания дискуссии студенту предоставляется заключительное слово. В своём заключительном слове студент должен ответить на замечания рецензента.

После заключительного слова студента процедура защиты выпускной квалификационной работы считается оконченной.

4. Проведение государственной итоговой аттестации лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (далее – обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) государственная итоговая аттестация проводится с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее – индивидуальные особенности).

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение государственной итоговой аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;
- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с членами Государственной экзаменационной комиссии);
- пользование необходимыми обучающимся с ограниченными возможностями здоровья техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа в аудитории, где проводятся государственные аттестационные испытания, туалетные и другие помещения.

По письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья продолжительность сдачи государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительность подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительность выступления обучающегося при защите ВКР - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

для слепых:

- задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;
- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых.

для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):**
- письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Обучающийся с ограниченными возможностями здоровья не позднее, чем за 3 месяца до начала государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием индивидуальных особенностей.

К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в Университете). В заявлении обучающийся указывает на необходимость (отсутствие необходимости) присутствия ассистента на государственном аттестационном испытании, необходимость (отсутствие необходимости) увеличения продолжительности сдачи государственного аттестационного испытания по отношению к установленной продолжительности (для каждого вида государственной итоговой аттестации).

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственной итоговой аттестации

Основная литература:

1. Рогожин М. Ю. Теория и практика рекламной деятельности : учебное пособие. - 3-е изд., перераб. и доп.. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 208 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716>
2. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Психология рекламы и PR. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 224 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75203.html>
3. Кузнецов П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 296 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496073>

Дополнительная литература:

1. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика : учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., доп. и перераб.. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 320 с.
2. Прохоров А. В., Пядышева Т. Г., Маликова Т. О. Связи с общественностью в различных сферах : учеб. пособие. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2015. - 217, [1] с.: ил., табл.
3. Василенко И. Я., Василенко Е. В. Связи с общественностью в органах власти : учебник. - Москва: КНОРУС, 2016. - 232 с.
4. Марусева И. В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие, 1. Теоретические основы дипломного проектирования: рынок, PR и реклама. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 363 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253699>
5. Плиский Н. Н. Реклама. Ее значение, происхождение и история. Примеры рекламирования. - Санкт-Петербург: б.и., 1894. - 180 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233816>
6. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете : практическое пособие. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721>

7. Шаблинский И. Г., Тиллинг Е. М. Интеллектуальная собственность и реклама: актуальные вопросы, административная и судебная практика : практическое пособие. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 187 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229798>
8. Дрешер А. Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139293>
9. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Секреты эффективной интернет-рекламы. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 121 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75200.html>

Иные источники:

1. Гуманитарная электронная библиотека - <http://www.lib.ua-ru.net/katalog/41.html>
2. Информационно-правовой портал «Гарант» Правообладатель: ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». Региональный партнер ООО «Плюс Гарантия» - <http://www.garant.ru> - <http://www.garant.ru>
3. Каталог образовательных интернет-ресурсов - http://www.edu.ru/index.php?page_id=6
4. Экономический факультет МГУ. Электронная библиотека - <http://www.econ.msu.ru/cd/310>
5. Центр Защиты Прав СМИ - <http://www.mmdc.ru/>

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронная библиотека. Образовательная платформа «Юрайт». – URL: <https://biblio-online.ru/book/sud-prisyazhnyh-442275>
2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
3. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: <http://www.consultant.ru>
4. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
5. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: <https://rusneb.ru>
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
7. Официальный сайт Фонда общественного мнения. – URL: <https://fom.ru>

6. Материально-техническое и программное обеспечение государственной итоговой аттестации

Для проведения государственной итоговой аттестации вуз располагает следующей материально-технической базой:

- для проведения консультаций, государственного экзамена и защиты выпускных квалификационных работ: аудитории, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- для самостоятельной подготовки к сдаче государственного экзамена и написания выпускной квалификационной работы: читальными залами библиотеки; компьютерным классом.

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Альт-Инвест сумм

Операционная система "Альт Образование"

CorelDRAW Graphics Suite X3

Adobe Photoshop CS3

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

LiteManager Pro - Server

Skype

Statistica Base 10 for Windows RU

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента во время прохождения последним государственной итоговой аттестации, в том числе во время подготовки к процедуре защиты ВКР осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.